



Paris, le 31 mai 2023

La préférence des consommateurs européens pour le papier et l'imprimé a considérablement rebondi après la pandémie.

Conduite tous les deux ans, l'enquête Two Sides Trend Tracker est l'une des plus importantes réalisées pour analyser les préférences et les perceptions des consommateurs à l'égard du papier, de l'imprimé et de l'emballage en papier/carton.

Au plus fort de la pandémie en 2021, de nombreux consommateurs et citoyens étaient passés, de gré ou de force, du papier aux supports numériques pour tous types de communications, incluant les journaux, les magazines, les livres, les prospectus, ou les factures. Cet état de fait s'était ressenti dans les résultats de l'étude réalisée par Two Sides en 2021, avec une augmentation apparente de la préférence pour les moyens de communication numériques. Cette tendance s'est toutefois inversée, la préférence des consommateurs pour l'imprimé ayant augmenté de manière significative au cours des deux dernières années. Ce rebond ressort de la nouvelle enquête réalisée par l'institut Toluna à la demande de Two Sides Europe.

Dans le cadre de cette vaste étude, plus de 10 000 personnes dans 16 pays du monde ont été interrogées dont 6800 en Europe. "L'enquête Trend Tracker 2023 cherche à comprendre les perceptions des citoyens sur un large éventail de sujets liés à l'impression, au papier, à l'emballage papier et aux produits d'hygiène", déclare Jonathan Tame, directeur général de Two Sides Europe. "Ayant mené la même étude en 2017 et en 2021, nous sommes en mesure d'évaluer l'évolution de ces perceptions au fil du temps et avons mis au jour certaines tendances intéressantes, notamment l'effet que la pandémie a eu sur les habitudes de lecture des consommateurs et les retours en arrière, depuis que cette pandémie est derrière nous."

Un retour en force du papier et de l'imprimé

"Malgré la montée en puissance des médias en ligne et le retrait généralisé des communications imprimées pendant le Covid-19, il est clair que de nombreux consommateurs apprécient toujours l'imprimé sur papier et sont revenues à leurs habitudes antérieures", déclare Jonathan Tame, directeur général de Two Sides Europe. "De nombreuses personnes reviennent à l'imprimé, en particulier pour la lecture de livres et de magazines."

L'enquête montre que, en Europe, le pourcentage de personnes qui préfèrent lire des livres imprimés a atteint 65 %, contre 53 % en 2021. La préférence pour les magazines imprimés est désormais de 51 %, contre 35 % auparavant. La tendance pour les journaux et les catalogues est similaire, la préférence pour l'imprimé publicitaire passant respectivement de 26 % à 31 % et de 21 % à 33 %. La préférence pour les factures et les relevés de compte sur papier est également en hausse, passant de 19 % à 38 %, tout comme la préférence pour les informations de santé, passant de 29 % à 39 %.

Apprendre et comprendre

L'enquête a également permis de recueillir des avis sur les avantages de la lecture de documents imprimés. Il en ressort que plus de la moitié des répondants (52 %) sont d'accord ou tout à fait d'accord avec l'affirmation suivante : *"Je pense que les enfants et les étudiants apprennent mieux en lisant des livres et des supports de cours imprimés plutôt que des livres et des supports de cours numériques"*, contre seulement 16 % qui ne sont pas d'accord ou pas du tout d'accord. 45 % sont d'accord ou tout à fait d'accord avec l'affirmation suivante : *"Je comprends mieux les informations lorsque je lis les nouvelles sur papier plutôt qu'en ligne"*, contre 28 % qui ne sont pas d'accord ou pas du tout d'accord.

Ces résultats renforcent les études universitaires qui ont démontré le rôle important qu'a l'imprimé dans l'éducation et pour aider les gens à comprendre des informations complexes.

"Cette enquête révèle un certain nombre de faits remarquables sur l'imprimé et les nombreux avantages qu'il a pour les citoyens et les consommateurs", déclare M. Tame. *"L'analyse de cette étude très riche est toujours en cours. Nous partagerons d'autres informations prochainement."* Un résumé de l'étude Trend Tracker Survey 2023 sera publié en juin et mis à la disposition des acteurs de l'industrie sur demande. Contactez-nous à l'adresse enquiries@twosides.info pour nous faire part de votre intérêt à recevoir ce résumé. Les données complètes de l'enquête, détaillées par pays, âge et sexe, sont accessibles uniquement aux membres de Two Sides ou sur commande.

Pour en savoir plus sur la campagne Two Sides et sur la manière dont vous pouvez la soutenir, consultez le site fr.twosides.info.

À propos de l'enquête Two Sides Trend Tracker

Two Sides a mandaté l'institut Toluna pour réaliser cette étude mondiale. En janvier 2023, 10 050 consommateurs ont été interrogés en ligne. L'échantillon était composé de répondants de différentes nationalités, de manière à également être représentative par pays. L'enquête a ainsi été menée en Autriche (500 répondants), en Belgique (600), au Danemark (500), en Finlande (350), en France (1 000), en Allemagne (1 000), en Italie (1 000), en Norvège (350), en Suède (500) et au Royaume-Uni (1 000). Elle a également été menée en Argentine (400 répondants), au Brésil (1 000), au Chili (350), en Afrique du Sud (500), et aux États-Unis (1 000).

L'enquête est menée tous les deux ans afin d'explorer et de comprendre les préférences, les perceptions et les attitudes des consommateurs à l'égard de l'imprimé, du papier et de l'emballage en papier carton.

À propos de Two Sides

Two Sides est une initiative mondiale sans but lucratif qui informe sur la performance environnementale du papier et de l'imprimé. Les membres de Two Sides couvrent l'ensemble de sa chaîne de valeur : foresterie, pâte à papier, papier, encres, finition, édition, impression, enveloppes et opérateurs postaux. L'adhésion à Two Sides démontre l'engagement de ses adhérents pour l'environnement et leur volonté constante d'améliorer leurs pratiques.

Pour en savoir plus sur la campagne Two Sides et sur la manière dont vous pouvez la soutenir, consultez le site : www.twosides.info

Contact presse : France@twosides.info